

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Matahari *Department Store* Delta Plaza Surabaya. sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. yang diambil dengan insidental sampling. pengumpulan data dengan menggunakan metode kuesioner dan metode analisis data menggunakan analisis jalur (*path analisis*). Populasi yang digunakan semua kalangan masyarakat yang berbelanja di matahari *Department Store* Delta Plaza Surabaya yang jumlah populasinya tidak diketahui.

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut: 1) produk berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen, 2) harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen, 3) promosi berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen, 4) lokasi berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen 5) produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, 6) harga tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, 7) promosi tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, dan 8) lokasi tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Loyalitas Konsumen, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of product, price, promotion, and place to the customer loyalty through costumers satisfaction at Surabaya Delta Plaza Matahari Department Store and 100 respondents have been selected as samples by using incidental sampling. The data collection has been done by using questionnaire method and the data analysis method has been done by using path analysis. The population is all level of people who have ever shopped at Surabaya Delta Plaza Matahari Department Store and the number of the population is unknown.

Based on the result of the data analysis and hypothesis test, then it can be concluded as follow: 1) product has direct influence to the customer loyalty; 2) price has direct influence to the customer loyalty; 3) promotion has direct influence to the customer loyalty; 4) place has direct influence to the customer loyalty; 5) product has indirect influence to the customer loyalty through customer satisfaction; 6) price does not have any indirect influence to the customer loyalty through customer satisfaction; 7) promotion does not any indirect influence to the customer loyalty through customer satisfaction; and 8) place does not have any indirect influence to the to customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Marketing mix, customer loyalty, and customer satisfaction.

